ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
HAROKOPIO UNIVERSITY

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:
Δρ. Κρίστη Αγαπητού
chrysa.agapitou@gmail.com

Viva wallet Case Study

Κολωνιάρης Σταύρος	skoloniaris@hotmail.com
Κωνσταντινίδου Γεωργία	konstantinidou_g@hotmail.com
Νταλίπαϊ Άννα	anna_ntalipai@hotmail.gr
Στεφανάκης Γεώργιος	georgestefanakis@yahoo.gr
Φωτίου Βασίλειος	vfotiou@hotmail.com

Αποτελείται απο:



- **Viva Wallet Holdings SA** (μητρική εταιρεία, πρώην Realize SA)
  Ιδρύθηκε το 2000 και παρέχει υπηρεσίες ανάπτυξης εφαρμογών
- **Viva Ηλεκτρονικές υπηρεσίες ΑΕ**
  Ιδρύθηκε το 2006 και παρέχει υπηρεσίες online μεταφορικών, e-ticketing, υπηρεσίες ασφαλειών, ξενοδοχείων και τηλεποικινωνιακές υπηρεσίες
- **Viva Payments** (Viva Υπηρεσίες Πληρωμών ΑΕ)
  Ιδρύθηκε το 2010 και διαθέτει άδεια Ιδρύματος Ηλεκτρονικού Χρήματος (e-Money license), από την Τράπεζα της Ελλάδος. Η άδεια αυτή είναι ενεργοποιημένη στις 31 χώρες του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου.

Βασικό προϊόν του ομίλου Viva είναι το

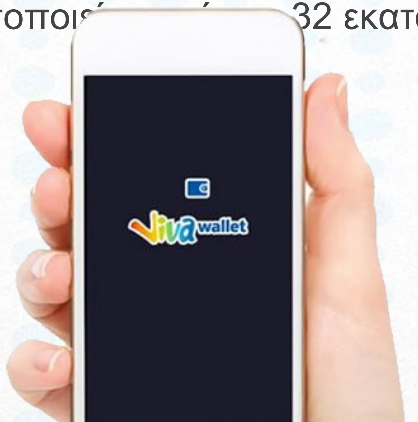
Μια επιχείρηση μπορεί να δεχτεί πληρωμές εύκολα, με ασφάλεια και χωρίς τη μεσολάβηση τραπεζών. Βασικά πλεονεκτήματά της αποτελούν η σύντομη ενεργοποίηση και οι ανταγωνιστικές χρεώσεις.

- Δέχεται πληρωμές με κάθε τρόπο (κάρτες, μετρητά, ebanking, Viva Wallet, Pay@Home) στο e-shop ή τη mobile εφαρμογή
- Δέχεται πληρωμές σε καταστήματα χρεώνοντας κάρτες πελατών με σύγχρονες λύσεις POS/mPOS
- Δέχεται και χωρίς κάρτα ή μετρητά από τους Viva Wallet χρήστες, μέσω των υπηρεσιών πληρωμής με Viva QR Code ή πληρωμής επιχείρησης μόνο με εμπορικό ΑΦΜ
- Μεταφορές ποσών σε IBAN, δημιουργία ειδοποιήσεων πληρωμών, εξόφληση 300+ λογαριασμών και υπηρεσιών
- Με τη Viva Wallet Business Card, κάθε έμπορος αποκτά πρόσβαση στα χρήματά του για περαιτέρω αγορές σε εκατομμύρια φυσικά και online καταστήματα σε Ελλάδα και εξωτερικό.

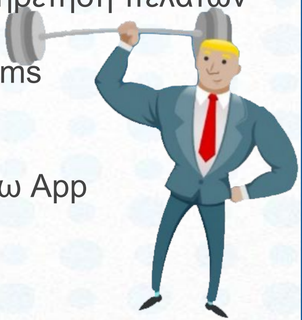


Για τον ιδιώτη, το Viva Wallet, αποτελεί το 1ο ελληνικό ηλεκτρονικό πορτοφόλι που του παρέχει πρόσβαση σε όλες τις υπηρεσίες του Viva.gr και ταυτόχρονα αποτελεί τον πιο ασφαλή τρόπο για ολοκλήρωση πληρωμών και μεταφορά χρημάτων σε τρίτους, εύκολα, σε πραγματικό χρόνο και χωρίς κόστος.

- Πληρώνει με ασφάλεια και ένα μόνο κλικ σε e-shops που έχουν σήμα πληρωμής Viva Wallet
- Πληρώνει μέσω κινητού, σε φυσικά καταστήματα μέσω του Viva QR code
- Εξοφλεί περισσότερους από 300 λογαριασμούς και υπηρεσίες, πληρώνει οποιονδήποτε επαγγελματία
- Χρησιμοποιώντας τη Viva Wallet Card, που συνδέεται αυτόματα με το υπόλοιπο του Viva Wallet, πραγματοποι[illegible]32 εκατομμύρια σημεία παγκοσμίως, με το σήμα MasterCard.



- Εισπράξεις από ηλεκτρονικές συναλλαγές
- Εισπράξεις από συναλλαγές με Viva Wallet POS
- Ολοκληρωμένες υπηρεσίες - Χωρίς την φυσική παρουσία σε τράπεζα
- Πληρωμές προμηθευτών & συνεργατών
- Μοναδικές δυνατότητες πληρωμών
- Ένας λογαριασμός για online & φυσικά καταστήματα
- Είναι αδειοδοτημένη από την Τράπεζα της Ελλάδας
- Βρίσκεται σε συνεχή ανάπτυξη και έχει προβεί σε σημαντικές επενδυτικές συμφωνίες
- Ποικιλία διαθέσιμων τρόπων φόρτισης του Viva Wallet
- Αξιόπιστη και γρήγορη εξυπηρέτηση πελατών στα ελληνικά
- Άμεσες ειδοποιήσεις μέσω sms για κινήσεις του Viva Wallet
- Έλεγχος σε πραγματικό χρόνο του λογαριασμού μέσω App



S W O T

- Οι φορτίσεις (top-up) έχουν προμήθεια
- Υπάρχουν e-shops που δεν δέχονται ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω Viva Wallet
- Λειτουργεί ως προπληρωμένη κάρτα και όχι σαν συνδεδεμένη σε τραπεζικό λογαριασμό
- Δεν λειτουργεί αν η συσκευή δεν έχει πρόσβαση στο internet
- Δυσπιστία των καταναλωτών
- Υπάρχει όριο 2.500€ συναλλαγών σε μη ταυτοποιημένους λογαριασμούς.
- Οι κινήσεις που γίνονται μέσω του Viva Wallet περνούν από την Τράπεζα της Ελλάδος.
- Δεν μπορούν να γίνουν αναλήψεις από ATM μέσω της Viva Wallet Card (όπως π.χ. με την αντίστοιχη της Skrill).



- Να υπάρχει λειτουργία έτσι ώστε να λαμβάνουνε οι πελάτες τα χρήματα από τις εισπράξεις τους στην κάρτα viva wallet
- Να υπάρχει υπηρεσία προγραμματισμένων μεταφορών και να μπορούν να οργανώνουν εύκολα όλες τις περιοδικές υποχρεώσεις πληρωμών της επιχείρησής τους
- Να κάνει απλούστερες τις συναλλαγές με τη δυνατότητα σύνδεσης σε λογαριασμό social media
- Η επένδυση στην εκπαίδευση του εργατικού δυναμικού
- Δυνατότητα σύνδεσης με υπάρχοντα λογαριασμό τραπέζης
- Πρόγραμμα επιβράβευσης (επιστροφή χρημάτων, πόντοι)
- Αποκλειστικές προσφορές για τους χρήστες Viva Wallet
- Συνεργασία με τράπεζες του εξωτερικού







- Πλέον οι εταιρίες σκέφτονται πολύ τα κόστη ώστε να προβούν στην αναζήτηση τέτοιων υπηρεσιών
- Η ασταθής πολιτικοοικονομική κατάσταση της χώρας (capital control)
- Η σπουδαιότητα της ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών
- Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από αντίστοιχες ενέργειες τραπεζών
- Μικρή διάθεση για χρήση ΗΜΠ στην εγχώρια αγορά
- Μεγάλος διεθνής ανταγωνισμός (Paypal, revolut κτλ)

Προκλήσεις στις ηλεκτρονικές πληρωμές 1/5

1. **Αντιμετώπιση κακόβουλων πράξεων (απάτη) και επιστροφής χρεώσεων**
    - Υποκλοπές
    - Αλλοίωση και χειραγώγηση δεδομένων
    - Κλοπή
    - Επιστροφή χρεώσεων (chargeback)
2. **Διεθνείς συναλλαγές,** μπορεί να είναι αργές, ακριβές και μη αποδοτικές.
    - Δημιουργία ενός κοινού περιβάλλοντος εργασίας για τη διαχείριση ενός ομογενοποιημένου παγκοσμίως περιβάλλοντος πληρωμών, για την παροχή μιας διεθνούς υποδομής διαχείρισης πληρωμών.
    - Κεντροποιημένη και ασφαλής διεθνής χρηματοοικονομική πύλη μηνυμάτων που να λειτουργεί απρόσκοπτα με τα αποδεκτά στάνταρ, όπως είναι τα SWIFT, SEPA, CHAPS, BACS κ.λπ., για γρήγορο κλείσιμο των πληρωμών και για τη διαχείριση της απάτης και του ρίσκου.
    - Διασφάλιση ενός περιβάλλοντος εργασίας ταχύτερης ανταπόκρισης για απρόσκοπτες συναλλαγές



Προκλήσεις στις ηλεκτρονικές πληρωμές 3/5

3. **Ασφάλεια δεδομένων και συναλλαγών**

   Κάθε επιχείρηση που δέχεται ηλεκτρονικές πληρωμές οφείλει να ακολουθεί τις PCI DSS οδηγίες (Payment Card Industry Data Security Standards), δηλαδή πρέπει να

   - Δημιουργήσει και να διατηρήσει ένα ασφαλές δίκτυο και σύστημα
   - Προστατεύει τα δεδομένα του κατόχου της κάρτας
   - Διατηρεί ένα πρόγραμμα διαχείρισης ευπάθειας
   - Εφαρμόσει αυστηρά μέτρα ελέγχου πρόσβασης
   - Παρακολουθεί και δοκιμάζει τακτικά τα δίκτυά του
   - Ακολουθεί μια πολιτική ασφάλειας πληροφοριών



4. **Πληρωμές σε συνάλλαγμα και με διαφορετικούς τρόπους**

   Κάθε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στο διεθνές εμπόριο πρέπει να:

   - Δέχεται πληρωμές σε διαφορετικά νομίσματα
   - Να δέχεται ποικίλους τρόπους πληρωμής
     (e-Wallet, mobile payment, credit/debit card)



Προκλήσεις στις ηλεκτρονικές πληρωμές 5/5

5. Εκσυγχρονισμός υποδομών

- Παροχή ενισχυμένης λειτουργικής εμπειρίας στους χρήστες των καναλιών ηλεκτρονικών πληρωμών.
- Διασφάλιση ενός περιβάλλοντος εργασίας ταχύτερης ανταπόκρισης για απρόσκοπτες συναλλαγές και βελτιωμένη εμπειρία χρήσης.
- Χρησιμοποίηση analytics και δημιουργίας αναφορών βασισμένων στην τεχνητή νοημοσύνη - βγάζοντας αναφορές που έχουν νόημα, που δεν είναι στατικές και που δεν παραθέτουν απλά νούμερα.
- Βελτίωση σταθερότητας των συστημάτων για τη μείωση του downtime και των προβληματικών συναλλαγών
- Βελτίωση της απόδοσης, με παράλληλη βελτίωση της ικανότητας διαχείρισης του όγκου των συναλλαγών.
- Κατάργηση / μείωση της χειρωνακτικής παρέμβασης για την παροχή ταχύτερων συναλλαγών.
- Μείωση του κόστους ασφαλιστικών υπηρεσιών για τις πληρωμές, διασφαλίζοντας παράλληλα την ανοχή μηδενικού ελαττώματος
- Βελτιωμένη και περισσότερο διαισθητική υποδομή για εφάπαξ πληρωμές, πάγιες εντολές, μαζικές πληρωμές, εταιρικές και μαζικές πληρωμές
- Έμφαση στη μείωση των αποτυχημένων προσπαθειών πληρωμών κατά τη χρήση λύσεων πληρωμών σε sites ηλεκτρονικού εμπορίου, βελτιώνοντας την υποδομή e-payments.



Ευρωπαϊκή οδηγία για τις υπηρεσίες πληρωμών (PSD2)

- Διευκολύνει και καθιστά ασφαλέστερη τη χρήση χαμηλού κόστους υπηρεσιών ηλεκτρονικών πληρωμών, περιλαμβάνοντας στο πεδίο εφαρμογής του νέες υπηρεσίες διενέργειας πληρωμών. Πρόκειται για υπηρεσίες που λειτουργούν μεταξύ των τραπεζών του εμπόρου και του αγοραστή, και επιτρέπουν φθηνές και αποτελεσματικές ηλεκτρονικές πληρωμές χωρίς τη χρήση πιστωτικής κάρτας. Οι εν λόγω πάροχοι υπηρεσιών θα υπόκεινται πλέον στα ίδια υψηλά πρότυπα ρύθμισης και εποπτείας με όλα τα άλλα ιδρύματα πληρωμών. Ταυτόχρονα, οι τράπεζες και όλοι οι άλλοι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών θα πρέπει να ενισχύσουν την ασφάλεια των διαδικτυακών συναλλαγών, απαιτώντας αυστηρή ταυτοποίηση των πελατών για τις πληρωμές.
- Οι καταναλωτές θα προστατεύονται καλύτερα από απάτη, τυχόν καταχρήσεις και περιστατικά στον τομέα των πληρωμών (π.χ. σε περίπτωση αμφισβητούμενων και εσφαλμένων πράξεων πληρωμών). Μπορεί να ζητηθεί από τους καταναλωτές να καλύπτουν μόνο πολύ περιορισμένες ζημίες — μέχρις ανώτατου ύψους 50 ευρώ (αντί για 150 ευρώ σήμερα) — σε περιπτώσεις παράνομων πληρωμών με κάρτα.
- Η πρόταση αυξάνει τα δικαιώματα των καταναλωτών που πραγματοποιούν μεταφορές και εμβάσματα χρημάτων εκτός Ευρώπης ή κάνουν πληρωμές σε νομίσματα εκτός ΕΕ.
- Θα προωθήσει την εμφάνιση νέων παραγόντων και την ανάπτυξη καινοτόμων τρόπων πληρωμής μέσω κινητών τηλεφώνων και διαδικτύου στην Ευρώπη, που θα τονώσουν την ανταγωνιστικότητα της ΕΕ σε παγκόσμιο επίπεδο.

European Commission

Payment Services Directive,PSD2

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-730_el.htm

Συγκέντρωση - Διείσδυση αγοράς 1/2

Στρατηγική συγκέντρωσης αγοράς σημαίνει πως η εταιρία αποφασίζει να διαθέσει τους πόρους της στην περισσότερο επικερδή ανάπτυξη ενός προϊόντος, μιας αγοράς ή μιας κυρίαρχης τεχνολογίας.
Η συγκεκριμένη στρατηγική ενδείκνυται όταν:

- Οι παρούσες αγορές δεν είναι κορεσμένες και υπάρχει περιθώριο αύξησης της χρήσης του προϊόντος από τους υπάρχοντες πελάτες
- Τα μερίδια αγοράς μειώνονται και η αγορά αναπτύσσεται
- Οι οικονομίες κλίμακας προσφέρουν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα
- Ο κλάδος δεν χαρακτηρίζεται από έντονη τεχνολογική καινοτομικότητα
- Υπάρχουν εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών





Συγκέντρωση - Διείσδυση αγοράς 2/2

Η στρατηγική αυτή μπορεί να επιτευχθεί με τρεις βασικούς τρόπους:

- Με την αύξηση της χρήσης του προϊόντος της από τους υπάρχοντες πελάτες. Για παράδειγμα, μπορεί να προσπαθήσει να αυξήσει το μέγεθος της αγοράς, ή να αυξήσει το ρυθμό απαξίωσης του προϊόντος, ή να διαφημίσει νέες χρήσεις του προϊόντος, ή να δώσει κίνητρα τιμής για την αγορά περισσότερων μονάδων προϊόντος.
- Με την προσέλκυση των πελατών των ανταγωνιστών. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη διαφοροποίηση του προϊόντος στα μάτια του πελάτη, με την ενίσχυση των προσπαθειών προώθησης του προϊόντος ή με την εισαγωγή χαμηλότερης τιμής.
- Με την προσέλκυση μη – χρηστών του προϊόντος. Για παράδειγμα, μπορεί να εισάγει η εταιρία δοκιμαστική χρήση μέσω δειγμάτων, κουπονιών, ή να διαφημίσει τυχόν νέες χρήσεις του προϊόντος.



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
HAROKOPIO UNIVERSITY

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:
Δρ. Κρίστη Αγαπητού
chrysa.agapitou@gmail.com

Viva wallet Case Study

Σας ευχαριστούμε!

Κολωνιάρης Σταύρος	skoloniaris@hotmail.com
Κωνσταντινίδου Γεωργία	konstantinidou_g@hotmail.com
Νταλίπαϊ Άννα	anna_ntalipai@hotmail.gr
Στεφανάκης Γεώργιος	georgestefanakis@yahoo.gr
Φωτίου Βασίλειος	vfotiou@hotmail.com